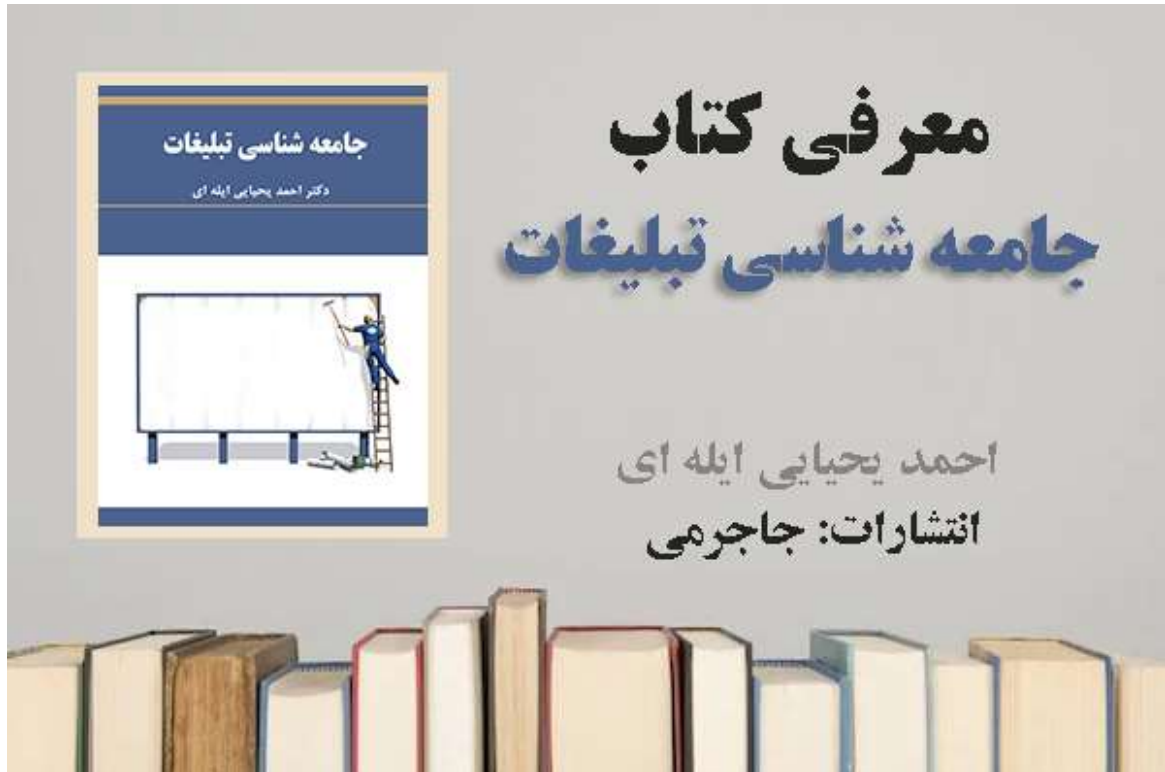


کتاب جامعه شناسی تبلیغات

نویسنده: احمد یحیایی ایله ای



کتاب جامعه شناسی تبلیغات تألیف احمد یحیایی ایله ای (دکترای ارتباطات) توسط انتشارات جاجرمی منتشر شده است. در پیشگفتار این کتاب آمده است: به طور کلی برخوردهایی متناقض (خوش بینانه و بدبینانه) با تبلیغات تجاری و بازرگانی می شود بطوری که در نگاهی ابتدایی می توان تبلیغات تجاری را هم مفید دانست و هم مضر. کتاب "جامعه شناسی تبلیغات" با بررسی فعالیتها و کارکردهای تبلیغات و با استمداد از مجموعه علوم اجتماعی و به طور خاص جامعه شناسی این دیدگاهها را تدوین کرده و تلاش می کند نشان دهد که ابعاد مثبت تبلیغات را چگونه می توان افزایش داد و ابعاد منفی آن را چگونه می توان کاهش داد. کتاب جامعه شناسی تبلیغات در شش فصل با عناوین: جامعه شناسی تبلیغات چیست؟ ارتباطات و تبلیغات، الگوها و نظریه های تبلیغات، تجزیه و تحلیل آثار تبلیغات، تکنیک های تبلیغاتی و تبلیغات مدرن توسط دکتر احمد یحیایی ایله ای نگارش شده است. نویسنده مطالعه این کتاب را به دانشجویان رشته های ارتباطات، روابط عمومی، جامعه شناسی و مدیریت بازرگانی پیشنهاد می کند.

پیشگفتار

فصل اول: کلیات

- تعاریف تبلیغات
- تاریخچه تبلیغات
- نقش و اهمیت تبلیغات
- جامعه‌شناسی تبلیغات چیست؟

فصل دوم: ارتباطات و تبلیغات

- نسبت تبلیغات و ارتباطات
- رسانه‌ها و تبلیغات
- مرزهای تبلیغات و روابط عمومی

فصل سوم: الگوها و نظریه‌های تبلیغات

- فرایند متقاعد سازی: تبلیغ، ترغیب و اقناع
- روان‌شناسی پیام‌های تبلیغاتی
- اهداف و روش‌های تبلیغات
- انواع تبلیغات تجاری
- سبک‌های تبلیغاتی

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل آثار تبلیغات

- آسیب‌شناسی تبلیغات
- آثار منفی و مثبت تبلیغات
- منافع اقتصادی تبلیغات
- اخلاق تبلیغات

فصل پنجم: تکنیک های تبلیغاتی

- تاکتیک ها و تکنیک های تبلیغات
- عناصر اصلی تبلیغات
- سمبل و نماد در تبلیغات

فصل ششم: تبلیغات مدرن

- ابزار و عناصر تبلیغات مدرن
- شیوه ها و اشکال تبلیغات مدرن
- تبلیغات اینترنتی

منابع و مآخذ



آدرس: تهران، خ انقلاب، خ ابوریحان، خ وحید نظری، پلاک ۳۰ طبقه همکف

تلفن: ۰۶۶۹۷۳۸۲۱ - ۰۶۶۹۷۳۸۲۰ - ۰۶۶۹۷۴۵۰۲ تلفکس: ۰۶۶۴۶۶۷۷۸

مرکز پخش: ۰۹۱۲۳۳۳۴۷۰۳۶

انتشارات جاجرمی _ آقای صفار ۰۹۱۲۳۳۳۴۷۰۴۶

www.iranpr.com